

CANAL + GUINEE

CAHIER DE CHARGES

ETUDE D'IMPACT ET DE VISIBILITE CAMPAGNE DE
COMMUNICATION

N° 002/COM/DAF/DG/2026

CAHIER DE CHARGES

ETUDE D'IMPACT ET DE VISIBILITE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

SOMMAIRE

1. Présentation de la société.....	2
2. Expression du besoin	2
3. Spécifications techniques et quantitatifs des éléments.....	3
4. L'offre	3
5. Planning prévisionnel.....	3
6. Profils du soumissionnaire.....	3
7. Critères d'évaluation	3

1. Présentation de la société

CANAL+ GUINEE, filiale du groupe **CANAL + INTERNATIONAL**, est une Société Anonyme à Conseil d'Administration constituée en 2016. Son capital social s'élève à 120 000 000 GNF. La société a pour principal objet, la commercialisation sous forme d'abonnement ou autrement de toute chaîne de télévision, ensemble de chaînes de télévision et/ou plus généralement de programmes audiovisuels par tous moyens de diffusion et sur tout support, et de services de communication audiovisuelle de toute nature y compris des services interactifs via notamment l'organisation, l'animation et la coordination de tout réseau de distribution (distributeurs agréés, commissionnaires, etc.).

2. Expression du besoin

CANAL+ GUINEE recherche un cabinet pour une étude d'impact et de visibilité afin de mieux comprendre la perception de la marque, l'efficacité des messages et leur impact sur le comportement d'achat.

CANAL+ Guinée, acteur majeur du divertissement audiovisuel, poursuit sa stratégie de proximité et d'innovation à travers une campagne de communication sur la fin d'année 2025. Cette initiative vise à renforcer le lien émotionnel entre la marque et le grand public, tout en valorisant ses offres commerciales.

La campagne 2025 s'inscrit dans un contexte marqué par la diversification des modes de consommation des contenus. Dans ce paysage médiatique en mutation, il devient essentiel pour Canal+ de mesurer la perception et la visibilité de sa communication auprès des consommateurs guinéens.

L'objectif principal de l'étude est d'évaluer **l'impact et la visibilité** de la marque et l'efficacité de la campagne de communication autour de la CAN qui a débuté en décembre 2025 et se poursuit jusqu'au 18 janvier 2026. Pour ce faire, nous cherchons à mesurer la notoriété de la marque au sein de la cible spécifique, à comprendre dans quelle mesure la campagne a atteint son public cible, et à identifier les éléments de la campagne qui ont le plus marqué les esprits (messages, Offres promotionnelles).

Aspects Spécifiques à Etudier :

1. Impact de la campagne CAN : Evaluer la visibilité des offres promotionnelles et l'efficacité de la campagne, en identifiant les canaux les plus performants (TV, radio, digital, affichage (Panneau 4X3 et/ou oriflammes), réseaux sociaux, street marketing, partenariats, etc.).
2. Engagement et expérience client : Analyser la manière dont les consommateurs interagissent avec la marque (abonnement, fidélité, satisfaction) et identifier les leviers d'amélioration de l'expérience client.
3. Evolution des usages et préférences : Etudier les tendances actuelles de consommation de contenus audiovisuels en Guinée : fréquence, supports utilisés, genres préférés, influence des plateformes concurrentes.
4. Communication et storytelling de marque : Comprendre dans quelle mesure les messages et les visuels de la campagne traduisent efficacement les valeurs de Canal+ et suscitent un attachement émotionnel à la marque.

3. Spécifications techniques et quantitatifs des éléments

Cibles à interroger : Clients, prospects, grand public, etc.

Livrables Attendus

- Rapport d'analyse complet (synthèse, méthodologie, résultats détaillés).
- Recommandations stratégiques pour les futures campagnes.

4. L'offre

L'offre devra contenir :

- Période de garantie des éléments
- Proposition de prix avec possibilité de négocier une réduction
- Délai et modalité du paiement
- Expérience du soumissionnaire avec les entités du groupe **CANAL +** (y compris **CANAL+ GUINEE**) sur les produits similaires ou autres
- Références clients hors groupe **CANAL +**, incluant une attestation de bonne exécution qui fera l'objet de confirmation indépendante sur les produits similaires ou autres
- Délai de livraison
- Numéro d'inscription fiscale/ Fiche de régularité fiscale
- Copie du RCCM

5. Planning prévisionnel

La date prévisionnelle de livraison pour chaque lot est fixée à 4 jours ouvrés après signature du BAT.

6. Profils du soumissionnaire

Obligation du Prestataire

Le fournisseur devra rassurer **CANAL + GUINEE** qu'il dispose :

- Des éléments respectant tous les critères énoncés.
- D'une situation fiscale régulière au regard de la réglementation en vigueur

7. Critères d'évaluation

Eléments d'évaluation technique :

CRITERES	Détails	COEF.
Expérience du soumissionnaire	<ul style="list-style-type: none">○ Expérience et ancienneté dans la fourniture de ces éléments ou produits similaires Note de 1 : moins de 2 ans Note de 2 : de 3 à 4 Ans Note de 3 : de 5 à 7 Ans Note de 4 : plus de 8 ans	5%


Régularité fiscale	<ul style="list-style-type: none"> ○ Soumissionnaire régulière vis-à-vis des obligations fiscales Note de 4 : RCCM + NIF à jour Note de 3 : RCCM + NIF pas à jour Note de 2 : RCCM pas de NIF Note de 0 : RCCM + NIF non disponible * attestation de régularité fiscale à fournir en cas de sélection 	15%
Les références clients groupe CANAL +	<ul style="list-style-type: none"> ○ Les références clients Groupe CANAL + (attestation de bonne exécution) Note de 1 : Aucune référence Note de 2 : Référence au moins une entité du groupe avec attestation de plus de 3 ans Note de 3 : Référence au moins une entité du groupe avec attestation de plus de 2 ans Note de 4 : Référence au moins une entité du groupe avec attestation de moins d'un (1) an 	5%
Autres références clients majeurs	<ul style="list-style-type: none"> ○ Les références clients (attestation de bonne exécution) Note de 1 : Aucune référence Note de 2 : références avec attestation de plus de 3 ans Note de 3 : références avec attestation de plus de 2 ans Note de 4 : références avec attestation de moins d'un (1) an 	10%
Compréhension du Cahier de charges	<ul style="list-style-type: none"> ○ Respect quantitatif du cahier de charges Documentation technique de tous les éléments (4) tous doc (0) pour dossier incomplet 	5%
Qualité de l'offre technique	<ul style="list-style-type: none"> ○ Qualité des éléments Note de 0 : Aucune spécification respectée Note de 2 : respect partiel des spécifications Note de 4 : respect total des spécifications 	40%

Délai de paiement	<ul style="list-style-type: none"> ○ Délai de paiement contre dépôt de facture avec accusé de réception Note de 1 : délai < 30 jours Note de 4 : délai supérieur ou égal à 30 jours 	5%
Modalité de paiement	<ul style="list-style-type: none"> ○ Modalité de paiement contre dépôt de facture avec accusé de réception Note de 1 : si Avance de 50% ou plus Note de 2 : si avance de 30 % Note de 4 : si aucune avance 	5%
Livraison	<ul style="list-style-type: none"> ○ Délais de fourniture et d'exécution Note de 4 : si < au délai 4 jours après validation du BAT Note de 3 : si = au délai 4 jours après validation du BAT Note de 1 : si > au délai 4 jours après validation du BAT 	10%
TOTAL		100%

LE DIRECTEUR ADMINISTRATIF ET FINANCIER

Alexandre YAOTCHA
 Alexandre YAOTCHA (Feb 4, 2026 21:44:47 GMT)

LE DIRECTEUR GENERAL


 Amadou SOW (Feb 5, 2026 07:24:21 GMT)

ANNEXES

Plan de communication

- ☐ FLYER ET AFFICHETTES EN POINTS DE VENTE
- ☐ AFFICHAGE 12M A CONAKRY
- ☐ AFFICHAGE 75 M2 A BELLEVUE - CONAKRY
- ☐ AFFICHAGE SUCETTES EN REGIONS - BOKE, FARANAH, KAMSAR, KANKAN, KINDIA, KISSIDOUGOU, LABE, MAMOU, NZEREKORE
- ☐ ORIFLAMMES - (SUR LES POTEAUX ELECTRIQUES) AXES DONKA - HAMDALLAYE ET AUTOROUTE
- ☐ SPOTS TV - RTG1, KALACK TV, KABACK TV, TELE24, AFRIK INFO TV, PARLEMENT TV, CAVI MEDIAS, CIS TV
- ☐ SPOT RADIO EN FRANÇAIS ET EN LANGUES
- ☐ POSTS FACEBOOK
- ☐ BRANDING TAXI TIC TAC DRIVE

